

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI
PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO
(Studi pada Konsumen Kartu Elektronik Wifi.id PT.Telkom Solo)**



Tugas Akhir

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Pada Program Studi Diploma III
Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Oleh :

Pramoedita K.W

NIM. F3214050

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2017

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO (Studi pada Konsumen Kartu Elektronik Wifi.id PT.Telkom Solo)

Pramoedita K.W

F3214050

Wifi.id merupakan produk yang dikeluarkan oleh PT.Telkom. Penjualan wifi.id ini menggunakan dua cara yaitu menggunakan voucher dan juga elektronik. Saat ini penjualan menggunakan voucher lebih banyak daripada penjualan menggunakan elektronik. Oleh karena itu PT.Telkom ingin mengembangkan produk elektronik wifi.id agar nantinya penjualan wifi.id hanya menggunakan elektronik karena dinilai lebih praktis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan wifi id enggan berpindah menggunakan wifi id secara elektronik.

Metode penelitian yang dipakai adalah metode survei. Metode survei yang dilakukan dengan cara mendistribusikan 100 kuesioner kepada pelanggan wifi.id. Pengambilan sampling dilakukan dengan *cara non probability sampling* dan menggunakan metode *convenience sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan *microsoft excel* untuk pengolahan data.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil pengolahan kuesioner bahwa faktor yang menyebabkan pelanggan memilih *voucher* wifi.id daripada elektronik wifi.id yaitu pembelian voucher lebih simple, harga *voucher* wifi.id lebih murah dibandingkan elektronik wifi.id, serta para pelanggan lebih memahami *voucher* wifi.id, sehingga memutuskan lebih senang menggunakan wifi.id yang berjenis *voucher*. Peneliti akan membahas produk wifi.id yang akan dikembangkan melalui penjualan elektronik kemudian akan dikaitkan dengan persepsi konsumen terhadap implementasi pengembangan produk wifi.id PT.Telkom .

Kata kunci : pengembangan produk, persepsi, produk wifi.id

ABSTRACT

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO (Studi pada Konsumen Kartu Elektronik Wifi.id PT.Telkom Solo)

Pramoedita K.W

F3214050

Wifi.id is a service product, particularly internet access, provided by Limited Company (PT.) Telkom. The service is offered in the form of vouchers and electronic access. Accessing the internet service through vouchers is currently more preferable than the electronic one. Therefore, PT. Telkom intends to improve the electronic product of wifi.id, for it is considered more practical. Research is aimed to investigate the factors of customers' reluctance to access wifi.id electronically instead of purchasing vouchers.

The research method used is survey method. The survey method in this research is done by distributing 100 questionnaires to wifi.id customers. The sample was picked through non probability sampling with convenience sampling method. The data was analysed using Microsoft Excel with descriptive analysis applied as the method.

Based on the result of the research, the causes of customers' preference for wifi.id vouchers were the simple purchasing, lower price compared to the electronic wifi.id, and customers' better understanding of the use of wifi.id vouchers. Thus, they like wifi.id vouchers better than the electronic one. Researchers will discuss wifi.id products that will be developed through electronic sales and then will be associated with consumer perceptions of the implementation of product development wifi.id PT.Telkom.

Keywords : product improvement, perception, wifi.id product

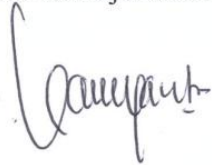
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI
PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO
(Studi pada Konsumen Kartu Elektronik Wifi.id PT.Telkom Solo)**

Surakarta, 08 Juni 2017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Haryanto, SE. M.Si

NIP. 197403092006041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI
PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO
(Studi pada Konsumen Kartu Elektronik Wifi.id PT.Telkom Solo)**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

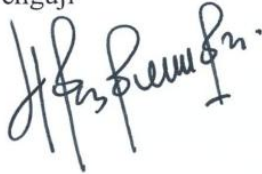
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Juni 2017

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji



Amina Sukma Dewi, SE, M.Sc
NIP.197712072008122002

Pembimbing



Haryanto, SE, M.Si
NIP.197403092006041001

Mengetahui Ketua Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Drs. Moh Amien Gunadi, M.P.
NIP.195610231986011001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Pramoedita Kusuma Wardhani
NIM. : F3214050
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Implementasi Pengembangan Produk Wifi.Id PT.Telkom Solo (Studi pada kartu elektronik wifi.id PT.Telkom Solo)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 08 Juni 2017
Mahasiswa



Pramoedita Kusuma Wardhani
NIM. F3214050

MOTTO HIDUP

" Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu, namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat mengejarnya "

(Abraham Lincoln)

" Untuk meraih sebuah kesuksesan, karakter seseorang adalah lebih penting dari pada intelegensi."

(Gilgerte Beaux)

"Pendidikan yang baik tidak menjamin pembentukan watak yang baik." (Fonttenelle)

" Seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah."

(Abu Bakar Sibli)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Ayah dan mama, yang telah mendampingi dan memberikan semangat kepada saya dalam pengerjaan tugas akhir.
2. Kakak dan adik yang sudah banyak membantu untuk dapat menyelesaikan tugas akhir
3. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran, yang menemani dan berjuang bersama selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Almamaterku
5. Universitas Sebelas Maret Surakarta

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan harkat dan martabatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN PRODUK WIFI.ID PT.TELKOM SOLO” (Studi Pada Pelanggan Wifi.id PT.Telkom Solo)

Tugas akhir ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulisan Tugas akhir ini penulis banyak mengalami kesulitan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa Tugas akhir tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan petunjuk dari beberapa pihak yang terkait demi tersusunnya Tugas akhir ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih atas bantuannya.

Kepada yang terhormat :

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Mohammad Amien Gunadi, M.P, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Haryanto, S.E, M.Si selaku pembimbing terbaik sepanjang masa yang telah banyak membantu dan bersedia meluangkan waktu demi tersusunnya Tugas akhir ini.

4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali ilmu pengetahuan pada penulis.
5. Seluruh Staff dan Manajer PT.Telkom solo yang telah memberikan izin, pengarahan dan bimbingannya dalam melaksanakan magang.
6. Keluarga besar yang memberikan doa, dukungan dan semangat.
7. Maya dan Titin sahabat yang selalu memberikan semangat, bertukar pendapat dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Katlin, Isti, Meta teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir
9. Teman–teman Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk penulisan tugas akhir ini.

Surakarta, 08 Juni 2017

Penulis

Pramoedita K.W

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| ABSTRAK | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN SURAT PERNYATAAN..... | vi |
| HALAMAN MOTTO..... | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Metode Penelitian..... | 6 |
| 1.6 Populasi, sampel dan teknik sampling..... | 8 |
| 1.7 Teknik analisa data..... | 9 |
| BAB II. KAJIAN TEORI | |
| 2.1 Pengertian produk..... | 10 |
| 2.2 Klasifikasi produk..... | 11 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 2.3 Daur hidup produk | 15 |
| 2.4 Pengembangan produk | 19 |
| 2.5 Persepsi konsumen..... | 22 |
| BAB III. PEMBAHASAN | |
| 3.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 25 |
| 3.2 Laporan Magang Kerja | 30 |
| 3.3 Analisis Deskripsi Responden..... | 33 |
| 3.4 Analisis Data..... | 36 |
| 3.5 Pembahasan..... | 46 |
| BAB IV. PENUTUP | |
| 4.1 Kesimpulan..... | 50 |
| 4.2 Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 59 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel II.1 Ciri tahapan siklus kehidupan usaha produk | 16 |
| Tabel III.1 Kegiatan magang kerja..... | 31 |
| Tabel III.2 Deskriptif data responden..... | 34 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar II.1 Siklus Kehidupan Usaha Produk..... | 17 |
| Gambar III.1 Logo PT.Telkom..... | 28 |
| Gambar III.2 Definisi <i>Voucher</i> dan Elektronik Wifi.id..... | 38 |
| Gambar III.3 Pengguna Wifi.id..... | 49 |
| Gambar III.4 Faktor yang Dinilai dari Produk Wifi.id..... | 40 |
| Gambar III.5 Kelebihan <i>Voucher</i> Wifi.id..... | 41 |
| Gambar III.6 Kelemahan <i>Voucher</i> Wifi.id..... | 42 |
| Gambar III.7 Kelebihan Elektronik Wifi.id..... | 43 |
| Gambar III.8 Kelemahan Elektronik Wifi.id..... | 44 |
| Gambar III.9 Jenis Wifi.id <i>Favorite</i> yang Digunakan Responden..... | 44 |
| Gambar III.10 Saran Menurut Responden..... | 45 |